Hacia una cartografía de las radios comunitarias argentinas

Judith Gerbaldo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina
judithgerbaldo@hotmail.com / extension@eci.unc.edu.ar



"Si la radio comunitaria no sirve para aportar a la dignidad de la gente, la radio no sirve"
"Desde el campo pretendemos hacer eso: ser una voz para toda la sociedad"
"Movilizar para desnaturalizar los acostumbramientos"
"¿Qué estamos construyendo para generar el cambio social?"
"Estamos volviendo a hablar de poder, en los '90 crecimos con una idea de participación en la cual ni remotamente se hablaba de construcción de poder"[1]

Maestranda en Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Profesora del Taller II de Lengua y Producción Radiofónica, Área Producción, Universidad Nacional de Córdoba. Secretaria de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba, desde el 10 de Mayo de 2007: ver www.eci.unc.edu.ar Integra el Consejo Asesor de Extensión de la SEU, Universidad Nacional de Córdoba. Integra el Equipo Profesional del Área de Comunicación del Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal -CECOPAL-, desde el 15 de Octubre de 1992 y es Responsable de Formación y Relaciones Institucionales en Radio Sur 90.1 FM, emisora comunitaria de la zona sur de la ciudad de Córdoba, desde 1996: ver www.cecopal.org Integra el Equipo Latinoamericano de Formadores -ELFO- de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica -ALER-, desde el 2 de enero de 2004: ver: www.aler.org Directora del Área de Formación del Foro Argentino de Radios Comunitarias -FARCO-, para diseño y desarrollo de proyectos y programas de formación destinados al fortalecimiento de ras radios comunitarias asociadas, desde el 3 de Junio de 2004: ver www.farco.org.ar Co-autora de *Transformar. El camino y los andares*, sistematización del proceso de formación desarrollado por ALER, período 2004 – 2007, Ed. Aler - Amarc ALC, marzo 2009, programa conjunto Ritmo Sur, con el apoyo de Free Voice y CMC. Autora de Radios Escolares: Estrategias Pedagógicas Innovadoras para la Educación, Radio Sur 90.1 FM, CECOPAL, Fundación Juan Minetti, Córdoba, 2002. Co-autora de *Contalo vos por radio*. *Guía de Capacitación*, Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Proyecto Contalo Vos y FARCO, junio de 2008. Co-autora de *Diálogo de saberes*, Secretaría de Extensión Universitaria, Universidad Nacional de Córdoba, setiembre de 2008. Autora del *Manual de radio participativa con niñas, niños y jóvenes "Radioferoz"*, CECOPAL y Radio Sur 90.1 FM, 2006.

Resumen

Este trabajo resulta de un proceso de indagación que permitió una primera aproximación a la situación actual de las radios comunitarias vinculadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias – FARCO. Se inició un relevamiento de las necesidades y propuestas de las radios y los actores sociales participantes en esos espacios, con el objetivo de contar con una visión más amplia de la situación de las radios en el país.

¿Cuáles son las necesidades y los desafíos de las radios comunitarias? ¿Qué se proponen al existir, al

[1] Expresiones de participantes del Taller de Formación de Formadores de FARCO, julio de 2007.

organizarse, al articularse con otros /otras, al insistir en las luchas por una radiodifusión para la democracia y por el derecho a la comunicación? ¿Cuáles son las claves con las que se articula (produce/reproduce) la conversación radiofónica en un territorio/localidad?

El artículo presenta estrategias múltiples que intentan recolocar el lugar del poder, la construcción de hegemonía y la profundización de la democracia comunicativa.

Abstract

This work is the result of an inquiry process which allowed a first approach to the present situation of community radios linked to the Foro Argentino de Radios Comunitarias -FARCO-. A survey was started regarding the needs and proposals of radios and the social actors involved in these issues, so as to have a broad view of the actual situation of radios in the country.

Which are the needs and the challenges to face by the community radios? What are their purposes when they exist, they organize, they articulate each other and they insist on the struggles for a broadcasting policy for the democracy and the right to communicate? Which are the key factors in the interrelation (produce / reproduce) carried out in the radio talk in a particular setting whether a territory or just a town.

The paper presents multiple strategies which attempt to re-position the place of power, the construction of hegemony and the communicative democracy in depth.

Nuestro lugar de enunciación

Frente a la tendencia individualista y descomprometida de las políticas neoliberales de los noventa, y su secuela de insensibilidad a las desigualdades y la vulnerabilidad, aparecen propuestas alternativas que ponen en movimiento acciones y proyectos construidos en territorios locales y desde allí articulados en redes más amplias, con nuevas visiones y concepciones liberadoras sobre ser persona y estar en el mundo. Lo cual refiere la capacidad de agencia del sujeto enunciada por De Certeau, quien afirma que la expresión cultural es ante todo una operación "la innovación aquí no tiene la modernidad de los media utilizados, incluso si multiplican las posibilidades de creación; la innovación reside en el uso que se hace de ellas"[2]. El monje francés llega a teorizar sobre la insurrección y el desvío, y junto a él, toda la academia anglosajona de su tiempo reconocería en el desvío, potencialidades infinitas.

La cultura contemporánea presenta paisajes fragmentarios que promueven instancias de recreación de la propia ciudadanía, realizando aportes para construcciones participativas desde nuevas identidades, locales o colectivas. A diario encontramos cambios y transformaciones logrados por la fuerza propositiva y transformadora de hombres, mujeres, niños y jóvenes, dispuestos a interpelar las viejas formas de injusta distribución, la acumulación obscena de unos, frente a la fragilidad e intemperie de otros. Experiencias todas que ponen en cuestión aquel mundo hostil que pareciera querer naturalizarse. En esta línea de reflexión Jesús M. Barbero invita a reescribir sus textos refiriéndose a esas nuevas maneras de estar juntos, en las que se recrea la ciudadanía y se reconstituye la sociedad como las emisoras de radio y televisión comunitarias en las que "se recobran memorias y se tejen nuevos lazos de pertenencia al territorio, hasta las comunidades que, desde el rock y el rap, rompen y reimaginan el sentido del convivir deshaciendo y rehaciendo los rostros y las figuras de la identidad"[3].

¿Es posible construir nuevas formas de socialidad a través de los medios? Cómo se hace radio en las experiencias de radio comunitaria y esto cómo impacta en la cultura popular? ¿Las experiencias de radio comunitaria son nuevas formas de entender la comunicación ó reproducen sin más los parámetros de la cultura hegemónica? ¿Qué recoge nuestra práctica que nos impulse a la sociedad para incidir y transformarla?

---

[2] La afirmación de De Certeau no sólo es significativa en términos conceptuales sino que expresa un cuadro de época "Tres puntos impresionan, sobre todo 1. hacer algo con algo; 2. hacer algo con alguien; 3. cambiar la realidad cotidiana y modificar el estilo de vida, hasta arriesgar la existencia misma" De Certeau, Michel, *La Cultura en plural*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1999.
[3] Barbero, Jesús Martin, *De los medios a las mediaciones*, 5ta. ed., Colombia, Gustavo Gili, 1998.

Un camino posible es promover una sincera revisión diagnóstica de las prácticas desarrolladas por las radios comunitarias. En ese marco, entender a sus proyectos políticos comunicativos como un proceso de reflexión y elaboración constante; ante situaciones nuevas y/o imprevistas, estimulando una búsqueda de coherencia permanente con los contextos. Los medios y las nuevas tecnologías, "han operado cruciales transformaciones en las percepciones y en el imaginario, las acciones, los modos de relacionarnos (la socialidad y la cotidianidad) y las expectativas colectivas" expresa J. Huergo y destaca que se debería alentar desde la educación y desde los medios, una política capaz de recomponer "la trama de lo comunitario, que dé cuenta de las asimetrías, las injusticias y las nuevas y viejas formas de dominación, y que aliente una comunicación / educación transformadora"[4]. En ese interjuego que se establece entre medias /ciudadanía/poder/ subjetividades y producción de sentido, se van escribiendo los relatos de la vida contemporánea.

Las tendencias globalizadoras, que desdibujan fronteras e identidades encuentran en la dinámica global /local modos expresivos singulares. La democracia necesita para vivir que la ciudadanía desarrolle una cultura que tienda puentes entre lo micro y lo macro. Tal como sostiene Armand Mattelart[5] al describir los modos dinámicos de los tiempos actuales,

"Por una parte, una toma de conciencia de la dimensión planetaria de los problemas planteados por un dispositivo productivo y tecnológico de información y de comunicación que subyace al proyecto de un nuevo orden para el planeta. Por otra, el anclaje o arraigo en un territorio concretamente situado. Porque este territorio sigue siendo el primer lugar de ejercicio de la ciudadanía y del contrato social. Sólo en estas condiciones, la sociedad civil puede presionar al Estado para que cumpla su papel de regulador de las lógicas mercantiles".

"Algunos comenzamos a sospechar de aquella imagen del proceso en la que no cabían más figuras que las estratagemas del dominador, en la que todo transcurría entre unos emisores-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia"[6], interpela Martín Barbero desde un texto clásico para los estudios culturales latinoamericanos como De los Medios a las Mediaciones. Y esto es así, porque los procesos de la comunicación moderna no son unidireccionales, ni carecen de intervención en los contextos. Es más, buena parte de lo que las personas viven, se afinca en la relación que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación contemporáneos instalan con otras formas de socialidad, desarrollando o negando ciertas habilidades sociales y disponiendo ciertos hablantes, y ciertos espacios comunicacionales desde donde se construyen identidades diversas.

Respecto de las vinculaciones entre comunicación y ciudadanía, Germán Rey señala tres formas de escenificación de la ciudadanía en los medios: 1) los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social; 2) los medios con escenarios donde se configuran las culturas políticas; y 3) los medios son los instrumentos sociales que inciden directamente en la consolidación de lo público. De manera que puede entenderse que la construcción de la ciudadanía se hace en el barrio, en los centros comunitarios, en los partidos o movimientos sociales, pero también pasa por los medios. En este sentido María C. Mata afirma que la "construcción de las identidades es una de las apuestas claves de la construcción social. Y la dimensión comunicacional es central en el procesamiento de esas identidades"[7] porque las identidades se van articulando desde distintas visiones de mundo, y según sean los contextos que se presenten, promoverán acciones o reacciones ciudadanas autónomas. Identidades que a veces aparecen para diluirse y uniformizarse en patrones universales, y otras para autodeterminarse. Comunicacionalmente el ejercicio de la ciudadanía equivale a participación, y políticamente a autonomía, con capacidad de tomar sus propias decisiones, reconociéndose como actores y sujetos sociales.

Indagar acerca de los procesos de producción de comunicación local que se llevan a cabo a través de radios comunitarias, significa por una parte, abordar las problemáticas vinculadas a la comunicación y la cultura, que

---

[4] Huergo, Jorge *et. al.*, *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Pcia. De Bs. As., agosto 2001.
[5] "Intelectuales, Comunicación y Cultura", entrevista a Armand Mattelart. Realización y edición: Analía Reale - Carlos Mangone. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol.V, No. 1, Ene./Abr. 2003. Producción: Causas y Azares.
[6] Barbero, Jesús Martin, Ob. Cit.
[7] Mata, María C. y Scarafía, Silvia. *Lo que dicen las radios,* ALER, Quito, 1993.

podríamos denominar por una parte esfera local / territorial y por la otra, relevar/revisar sus características y condiciones de producción.

En medio de la primavera democrática de los ochenta pos dictadura, María C. Mata observó como los medios se constituyen desde unos públicos heterogéneos, fragmentados culturalmente, que ven en los medios de comunicación la posibilidad de expresión pública y por ello, un lugar donde se pueden constituir en actores sociales. Y por otra parte, una reciprocidad constituida desde de las dinámicas establecidas por la relación entre los "múltiples productos y prácticas que constituyen la cultura masiva".[8] ¿Cuáles son las necesidades y los desafíos de las radios comunitarias? ¿Qué se proponen al existir, al organizarse, al articularse con otros /otras, al insistir en las luchas por una radiodifusión para la democracia? ¿Cuáles son las claves con las que se articula (produce/reproduce) la conversación radiofónica en un territorio/localidad?

Las radios establecen relaciones comunicativas con una audiencia que está híper segmentada por las posibilidades múltiples que otorga la oferta de medios. Audiencias fragmentadas inician su jornada acompañados por medios que promueven el consumo de cierto tipo de bienes materiales y simbólicos. La radio comunitaria, en tanto medio de comunicación, con características propias por localía o regionalización, es observada a partir de un discurso que es "un espacio donde se construye una relación de intercambio entre sujetos, entre los emisores y los destinatarios"[9]. Unas radios donde los códigos que se comparten, necesariamente tienen que ver con una vida que también se desagrega/desmarca de la vida representada desde "los grandes medios", sostiene Rosa M. Alfaro y coincide con Mata en la necesidad de analizar las radios para reencontrarnos "con los procesos sociales implicados en la comunicación y por ende en la vida social" [10]

José I. López Vigil[11], afirma que la prioridad y el sentido del trabajo de las radios comunitarias lo determinan los sectores populares, las mayorías marginadas y empobrecidas, aunque no exclusivamente, ya que estas radios trabajan con audiencias mixtas, donde también hay "clases medias, estudiantes, profesionales, pequeños empresarios, ciudadanos con mayores ingresos, aunque no forman parte de los grupos de poder." Aunque coincidimos con Alabarces cuando afirma que "el análisis cultural es un continuo juego de interpretaciones, una continua producción de conjeturas a partir de las huellas en los discursos"[12]. Afirmación que moviliza e inquieta a arriesgar un modo de nombrar hoy lo popular. Desde el marco enunciado nos interesa abordar algunos aspectos del campo[13] de la vida cotidiana de las radios, valorando lo que dicen de si mismas.

Este trabajo resulta de un proceso de indagación que permitió una primera aproximación a la situación actual de las radios comunitarias argentinas que se encuentran relacionadas con el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO). Se inició un relevamiento de las necesidades y propuestas de las radios y los actores sociales participantes en esos espacios, con el objetivo de contar con una visión más amplia de la situación de las radios en Argentina. Los principales insumos fueron la documentación resultante de las asambleas de

---

[8] Mata, María Cristina: "Radios y públicos populares", en Revista Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, noviembre, 1988.
[9] Mata, María Cristina; Scarafía, Silvia, *Lo que dicen las radios*, ALER, Quito, 1993.
[10] Alfaro, Rosa María *et.al., Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana*, Calandria, Lima 1990.
[11] López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionados*, Quito, Ecuador, 1997.
[12] Alabarces, Pablo, "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular", en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, III, 23, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, marzo 2004, pp. 27-38.
[13] Campo en el sentido sociológico planteado Bordieu: "En términos analíticos, un campo puede definirse como una red de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que impone a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones por su situación (situs) y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) -cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que se encuentran en juego en cada campo– y de paso por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etc). Pierre Bordieu, *Les Régles de L'art: geneses et structure du champ litteraire,* Editions du Seuil, 1992.

la red nacional y diferentes encuentros regionales[14], talleres de evaluación del Proyecto Político Comunicacional (PPC) de la red nacional, así como entrevistas y visitas a Organizaciones interesadas en gestionar o articular con proyectos de radio.

Del desvío a la legitimación

La mayoría de las radios comunitarias forman parte de Organizaciones no gubernamentales, que además de sus proyectos radiofónicos, desarrollan otras actividades y proyectos relacionados con sus propuestas comunicativas. Partiendo de esta primera consideración, es importante tener en cuenta que el sector de las Organizaciones de la Sociedad Civil no es único ni uniforme. Por el contrario, expresa la diversidad de las comunidades y realidades que le dan origen, constituyéndose de manera diferente según sus formas de organización, los actores sociales con los que se vincula y le dan sustento, las identidades colectivas que expresan (género, sexualidad, pueblos originarios, campesinos, desocupados, jóvenes, migrantes, etc.), la región en que se encuentran insertas y las diversidades culturales. Por lo tanto no está exento de conflictos, diferencias y desigualdades, ni es un sector autónomo del Estado y el Mercado: sino que las lógicas de estos dos sectores lo atraviesan configurando, en esta interacción, una nueva lógica diferente en su interior, que pone en mayor relieve la participación de la comunidad, sus organizaciones y grupos, apuntando a ser un instrumento de construcción de ciudadanía.

Lo expuesto se encuentra presente en la mayoría de las organizaciones que desarrollan proyectos radiofónicos comunitarios, en tanto se trata de organizaciones pertenecientes a la sociedad civil, que no poseen fines comerciales, son no lucrativas, (los recursos que genera la organización pertenecen a la organización y se destinan a su desarrollo, al cumplimiento de sus objetivos); y sus fines tienen carácter público.

Esta diversidad se plantea en algunos aspectos relevantes a tener en cuenta: En primer lugar, el Foro Argentino de Radios comunitarias está conformado por cincuenta y dos Organizaciones que poseen radios comunitarias asociadas de quince provincias del país, que desarrollan su accionar en 39 localidades. Teniendo en cuenta esta realidad, la red nacional comenzó un proceso de regionalización, que apunta a fortalecer las relaciones interpersonales entre las socias que comparten características geográficas y problemáticas similares, para fomentar los intercambios y posibilitar condiciones para la generación de proyectos regionales. A las 52 emisoras asociadas, se suman 30 emisoras pertenecientes a las Red de Comunicación Indígena con la que FARCO tiene una alianza estratégica[15]. Estas localidades incluyen desde grandes conglomerados urbanos hasta pequeños pueblos y parajes, desde Los Yungas chaqueños, la capital del país, hasta Tierra del Fuego, la ciudad más austral.

Lo comunitario se puede definir a partir de las necesidades concretas y las respuestas que se dan a esas necesidades. De esta manera se va configurando el perfil de las radios y las organizaciones. Mata afirma que si se piensa a la comunicación como un conjunto de intercambios a partir de los cuales se van procesando identidades, normas, valores, se van articulando intereses, se van acumulando y legalizando saberes y poderes, es inevitable reconocerla “como un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social. Es decir, como un terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos de ese orden, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos”[16] Es así que la radio comunitaria a veces se transforma en el único medio de comunicación en comunidades que se encuentran aisladas o lejanas, sin acceso además a otros servicios, constituyéndose en el único espacio de interacción cultural y social. En las grandes ciudades la “urbe” desdibuja las particularidades y sumerge a las personas en el anonimato o en la uniformidad, ante esto las radios comunitarias permiten crear vínculos diferentes, visibilizan lo particular, lo singular, colaboran en la construcción y reafirmación de la cultura popular.

Los perfiles organizacionales y de las radios se definen a partir de los procesos que se dan al interior de las propias instituciones, los modelos de gestión, junto a la incidencia del contexto en la propia identidad.

---

[14] Durante los años 2006 y 2007 se realizaron Encuentros Regionales en 5 provincias argentinas. Se relevó información de 29 emisoras, de las 49 asociadas. Pueden consultarse los datos obtenidos en www.ritmosur.org link “Aproximación al diagnóstico de las radios comunitarias vinculadas a Farco”.

[15] Farco emite dos informativos diarios resultantes de un esfuerzo participativo de cada una de las radios socias, quienes desde las ciudades o los poblados más alejados, utilizan internet por su velocidad y bajo costo.

[16] Mata, María Cristina. Ob Cit.

• El 29,6 % (8 radios) tienen un Perfil religioso: como las Radios Parroquiales, vinculadas a la Obra de Monseñor E. Angelelli, acompañan a la obra del Padre L. Farinello, y otras al Servicio de la Pastoral para la Comunicación, cuyo objetivo es evangelizar y educar. De estas 8 radios, 3 realizan además actividades paralelas de educación, participación y evangelización, comedor Infantil, realización de Medios Gráficos; Bolsa de trabajo; Televisión, Video y Cine; Capacitación; Asesoría Jurídica y Centro de Voluntarios.
• El 7,5% pertenecen a la Red de Comunicación Indígena con sede en Chaco y Formosa; e INCUPO con sede en Reconquista provincia de Santa Fe y 1 que trabaja individualmente por la defensa de los derechos de los Pueblos Originarios como Wajzuyum Radio Comunitaria Intercultural de San Martín de Los Andes, formada por un grupo de Organizaciones que luchan por una nueva relación entre el Pueblo Mapuche y el Pueblo No Mapuche a través de la Interculturalidad**.**
• El 18,5% de las mismas (5) pertenecen a Asociaciones Civiles que realizan además de la radio, actividades culturales, educativas y comunicacionales como revistas, biblioteca Popular, Escuela de Animación para la educación popular / Centro de formación y producción, Capacitación en Radiodifusión y actividades de articulación en Salud, Defensa de los Derechos como la Asociación Madres de Plaza de Mayo y Asociación Civil Grupo Pro-derecho de los niños ó articulando varios de estos objetivos como Radio Sur de Córdoba.
• 3,7 % a (1) pertenece a una organización Vecinal, como la de Barrio Chalet (Santa Fe) que cuenta con talleres de revista, murga, teatro, deportes, danza, radio y de servicios de apoyo escolar, controles sanitarios, asistencia psicopedagógica y servicio de apoyo nutricional..
• 11,1 % (3) corresponden a Centros Culturales como La Hendija (Entre Ríos), Estación Sur (La Plata) algunas que entre sus actividades se suman con radios abiertas a escuelas, eventos deportivos y culturales, como FM Cuyum de Mendoza.
• 7,4 % (2) surgen de Cooperativas de trabajo como FM San Pedro de Tucumán y Cooperativa de Trabajo Milenio Ltda. de la Central de los Trabajadores de Argentina de Capilla del Monte y del Valle de Punilla.
• 3,7 % (1) pertenece a un Hogar Casa del Niño que alberga a más de 150 chicos y madres solteras, provenientes de los barrios más humildes. Con actividades de capacitación y alfabetización, formación laboral y en oficios.
• 18,5 % (5) sólo desarrollan el Proyecto Radiofónico**,** pero desde la radio se articulan a proyectos educativos y culturales junto a otras organizaciones sociales y escuelas en zonas de exclusión.
• El 81,5 % de las organizaciones tiene a la radio como uno de sus proyectos institucionales.

Lo que expresa la riqueza de la red, que no sólo nuclea organizaciones con proyectos radiofónicos sino también organizaciones insertas en sus comunidades con actividades articuladas con los actores sociales locales, buscando alternativas diferentes a las problemáticas definidas como prioritarias. En este sentido, De Certeau[17] sostiene que toda “intervención ya es cultural por lo que hace salir de las sombras: produce efectos de representación y de transformación sociales” y con su sola existencia revela el lugar que le atañe, lo que podría entenderse como reconocimiento de incidencias o ausencias de sentido. Ante esta diversidad de orígenes, realidades, contextos sociales, económicos y políticos las organizaciones radiofónicas comparten objetivos y un horizonte común. En su discurso aparece aquella idea “de cultura en común”, como clivaje y como continuidad. Las radios se plantean fuertemente con un discurso contrahegemónico, pero con ciertas prácticas discursivas propias de todo medio de comunicación, que remiten a lo residual en diálogo con lo emergente[18].

La gramática de la radio exige unos modos de producción, que necesariamente impondrán desafíos para construir esa otra comunicación de ese otro mundo posible expresado en sus proyectos comunicacionales, y esas relaciones comunicativas con los actores sociales en su contexto, que les diferencien de los modos de producción de la cultura dominante. En sus objetivos y aspiraciones más políticas, es posible reconocer lo que Williams denomina “estructura de sentimientos“[19] y su preocupación por reproducir la noción de pluralidad de lo cultural, en tanto conjunto de posicionamientos y miradas sobre la realidad de la vida. En este

---

[17] De Certeau, Michel, *La cultura en plural*, p. 204.
[18] Williams propone definir aspectos contradictorios y sentidos de la experiencia vivida y lo hace a través de una tríada de categorías: Lo arcaico como elemento del pasado, que puede ser analizado o revivido. Lo residual, que remite al pasado pero que actúa en el presente y lo emergente, através de la cual considera los nuevos significados, nuevos valores, nuevas prácticas. Dice que en la medida en que son vívidos, sentidos por los sujetos populares en sus prácticas cotidianas, constituyen la estructura de los sentimientos. Williams Raymond, *Cultura y Sociedad*, Paidós, 1980.
[19] Ibíd.

sentido las radios reconocen que las unen historias, destinos y sueños transformadores comunes. En sus propias palabras:

- Tienen como finalidad la transformación social, la búsqueda de un sistema más justo, con redistribución de la riqueza.
- Apuntan a la democratización de la sociedad a partir de la democratización de la palabra.
- Luchan por la plena vigencia de los derechos humanos: siendo el derecho a comunicarse una reivindicación y un ejercicio que las organizaciones han buscado históricamente.
- Plantean otra forma de narrar la vida de personas, de grupos sociales, de las comunidades.
- No sólo desarrollan las actividades inherentes a la puesta en marcha de los programas radiales, son espacios de participación donde se respeta el derecho de ser y pensar diferente.
- Son lugares de representación de diferentes identidades culturales donde se da cuenta de la diversidad de voces, culturas, costumbres
- Son espacios de recomposición del tejido social.
- Acompañan las luchas, los reclamos y las alegrías de los pueblos.
- Se identifican por no tener fines de lucro. Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado, porque no tener fines de lucro para nada significa tener fines de pérdida.
- Promueven la organización ciudadana y el fortalecimiento de la democracia.

También pudieron relevarse las dificultades que enfrentan las Organizaciones que llevan adelante Radios Comunitarias, en base a los mismos se pueden definir líneas y proyectos de acción a emprender: - Dificultades para el sostenimiento económico de la organización. Desconocimiento de fuentes de financiamiento; y elaboración y gestión de proyectos. Falta de Comunicación entre las radios producto de las distancias geográficas o de escaso acceso a las tecnologías de la información. Dificultades para visibilizar las demandas locales. Necesidad de una nueva Ley de Radio y Televisión, por cuanto el marco legal regulador de las radios comunitarias es el decreto - Ley 22.285, conocida como Ley de Radiodifusión de la dictadura. Desconocimiento de la Legislación vigente para obtener el reconocimiento legal. Falta de financiamiento y apoyo del Estado para el desarrollo de las organizaciones sociales y en especial de las radios comunitarias. Dificultades para construir el proyecto político comunicacional al interior de cada una de las organizaciones.

En cuanto a las necesidades de formación/capacitación, plantearon:

- Capacitación para definir, desarrollar y fortalecer el proyecto político – comunicacional de cada radio. Capacitación en el tema Incidencia: estrategias de incidencia pública - Sondeo de audiencia e incidencia en la agenda pública.
- Capacitación en Producción Radiofónica: desde formatos hasta nuevas tecnologías de edición. Locución. Periodismo.
- Operación Técnica. Edición de sonido.
- Gestión institucional: gestión de recursos y proyectos, administración. Diseño y armado de proyectos. Mercadeo, marketing, búsqueda de fuentes alternativas de financiamiento.
- Área Legal: Capacitación en aspectos legales (COMFER). Conocimientos específicos sobre legislación y radio.

La totalidad de las organizaciones poseen una práctica de articulación con otras radios, con otros actores sociales y en Red. Muchas de ellas participan además de otras redes en sus territorios. Sostienen la necesidad de fortalecimiento de las radios existentes y la suma de nuevas radios, y de este modo armar un frente en la lucha por una nueva Ley de Radiodifusión. Consideran fundamental dar continuidad a las herramientas que hoy tiene la red: centro de producción satelital, oficina administrativa, gestión de recursos, formación a las asociadas.

Asimismo, las radios proponen acciones a emprender por parte de FARCO:

- Promover la articulación de las experiencias de las organizaciones mediante jornadas, cursos o talleres para que se conozcan sus inquietudes y problemáticas
- Formar equipos de trabajo en relación a los objetivos y espacios permanentes de trabajo: sostenibilidad, jurídica, técnica y formación. Establecer áreas ó unidades de gestión en lo legal, técnico, producción, capacitación y administración de recursos.

- Sistematización de la experiencia de FARCO y de cada radio: documentar experiencias inspiradoras para las radios incipientes. Se trataría de construir esa conciencia teórica de la que hablaba Gramsci, para la socialización de ese sentido común.
- Avanzar en la regionalización, con áreas de funcionamiento descentralizado por regiones y ámbitos temáticos
- Asesoramiento legal. Asesorar para el logro de licencias ante el COMFER y continuar la lucha por una nueva Ley de Radiodifusión.
- FARCO como interlocutor válido ante el Estado para proteger y legitimar a las radios.
- Capacitar y fortalecer a los colectivos institucionales.

Estrategias múltiples que intentan recolocar el lugar del poder y la construcción de hegemonía y la profundización de la democracia comunicativa, desde los bordes, desde las fronteras, desde abajo, desde los márgenes. Desde los lugares en que se reúne y agrupan y sueñan y luchan las comunidades. John Fiske sostiene que la cultura popular está hecha "desde dentro y desde abajo, no impuesta desde fuera y desde arriba, como los teóricos de la cultura de masas aducen. Siempre hay un elemento de la cultura popular que queda fuera del control social, que escapa o se opone a las fuerzas hegemónicas"[20]. De manera tal que siempre aparecerá como una cultura en conflicto, siempre implicará la lucha por la producción de los significados sociales que están en los intereses de los subordinados, para nada preferidos por la cultura dominante.

Seguramente podremos ejercitar cada día más preguntas sobre las radios y sus sentidos, sobre su devenir, sus cambios e hibridaciones. Quizá "todo lo que discutimos es simplemente para saber lo que hacemos y lo que haremos, simplemente para tener, parafraseando a Ginzburg, una exasperada conciencia de aquello que hacemos cuando trabajamos con la dimensión inasible de lo popular"[21]. Quizá la propuesta sea explorar cómo, desde esa diversidad de orígenes y contextos las radios comunitarias argentinas, se dan un proceso de construcción de su propia identidad en torno a un horizonte común que apunte a democratizar la sociedad a partir de la democratización de la palabra.

Referencias bibliográficas

Alabarces, Pablo, "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular", en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, III, No.23, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, marzo 2004, pp. 27-38.
Alfaro, Rosa María *et. al., Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana,* Calandria, Lima 1990.
Barbero, Jesús Martin, *De los medios a las mediaciones*, 5ta ed., Colombia, Gustavo Gilli, 1998.
Bordieu, Pierre, *Les Régles de L'art: geneses et structure du champ litteraire. Editions du Seuil*, 1992.
De Certeau, Michel, *La cultura en plural*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1999.
Fiske, John, "Comprendiendo la Cultura Popular", en *Reading the popular*, 1ª impresión, Londres y Nueva York, Routledge, 1989. Traducción para la Cátedra de María Graciela Rodríguez.
Huergo, Jorge *et.al., Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Pcia. de Bs. As, agosto 2001.
López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionados,* Quito, Ecuador, 1997.
Mata, María C.; Scarafía, Silvia. *Lo que dicen las radios*. ALER, Quito, 1993.
Mata, María C.: "Radios y públicos populares", en Revista Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, noviembre 1988.
Reale, Ana María; Mangone, Carlos, "Intelectuales, Comunicación y Cultura", entrevista a Armand Mattelart, Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Vol.V, No.1, Ene./Abr. 2003, Producción: Causas y Azares.
Ritmo Sur, "Aproximación al diagnóstico de las radios comunitarias argentinas - FARCO", disponible en: www.ritmosur.org
Williams, Raymond, *Cultura y Sociedad*, Paidós, 1980.



[20] Fiske John, "Comprendiendo la Cultura Popular", en *Reading the popular*, 1ª impresión, Londres y Nueva York, Routledge, 1989. Traducción para la Cátedra de María Graciela Rodríguez.
[21] Citado por Alabarces, Pablo, Ob. Cit.